



SEMINÁRIO NACIONAL DE
BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS



O FUTURO DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA
NA PERSPECTIVA DO ENSINO, INOVAÇÃO,
CRIAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO.

15 A 20 DE ABRIL DE 2018
Bahia Othon Palace Hotel, Salvador-BA

Eixo I – Inovação e Criação

O SERVIÇO DE DIVULGAÇÃO DAS NOVAS AQUISIÇÕES EM UMA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA: RELATO DE EXPERIÊNCIA

*THE DISCLOSURE SERVICE OF THE NEW
ACQUISITIONS IN A UNIVERSITY LIBRARY: EXPERIENCE REPORT*

MIRIAM MOEMA LOSS

ISMAEL MAYNARD BERNINI

JOSIANE GONÇALVES DA COSTA

INÊS MARIA DE GASPERIN

Resumo: Relato da evolução do serviço de divulgação das novas aquisições de uma biblioteca universitária, a Biblioteca da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Fabico-UFRGS), com base nas teorias do serviço de referência, da disseminação da informação e do marketing de serviços. O foco deste relato de experiência é o serviço de disseminação da informação através da divulgação das novas aquisições, atividade integrante dos serviços de referência numa biblioteca. Apresenta um retrospecto histórico-ilustrado sobre a prestação do serviço pela Biblioteca, bem como suas mudanças de formato e finalidade, acompanhando as necessidades dos usuários. Descreve detalhadamente a metodologia empregada na elaboração do novo formato do serviço e mostra a socialização desse modelo criado pela Biblioteca da Fabico, que foi adotado e adaptado por outras bibliotecas do Sistema de Bibliotecas da UFRGS (SBUFRGS).

Palavras-chave: Biblioteca universitária. Serviço de referência. Marketing de serviços. Divulgação de novas aquisições.

Abstract: Account of developments in the dissemination service of the new acquisitions of a university library, the library of *Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação*, of the *Universidade Federal do Rio Grande do Sul*, based on the theories of reference service, information dissemination and marketing services. Presents a historical-illustrated retrospective on the service provided by the library, as well as their shape changes and purpose, following the needs of users. It presents the methodology used in preparing the new format of the service and shows the socialization of the new model created by the library of FABICO, which was adopted and adapted by other libraries of the *Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul*.

Keywords: University library. Reference work. Dissemination of new acquisitions. Marketing services.

1 INTRODUÇÃO

A biblioteca universitária é um dos organismos responsáveis pela prestação de serviços de informação aos usuários, serviços esses que precisam passar por processos contínuos de planejamento, controle e avaliação. Gestores de bibliotecas devem procurar qualificar os serviços prestados se desejam estar em consonância com os anseios do público e com os objetivos da instituição.

O foco deste relato de experiência é o serviço de disseminação da informação através da divulgação das novas aquisições, parte dos Serviços de Referência, que segundo Grogan, “[...] consiste na assistência efetivamente prestada ao usuário, procurando fornecer acesso rápido e seguro à informação.”. (GROGAN, 2001, p.7).

Mesmo se tratando de um ponto importante em qualquer biblioteca, raramente os poucos bibliotecários utilizam as estratégias de *marketing* de serviços (recursos diferenciados e atuais) para melhor divulgar os serviços/aquisições/infraestrutura de suas Unidades de Informação, ou para alcançar os usuários em potencial de serviços de informação.

O Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (SBUFRGS), formado por 30 bibliotecas setoriais, foi constituído em 1971, e desde então busca meios de padronizar e racionalizar seus serviços para melhor atender a comunidade. Na década de 1980, o Grupo de Trabalho em Serviço de Referência, criou diretrizes para vários serviços, incluindo o serviço de Disseminação da Informação no Sistema de Bibliotecas. Nesse documento, o serviço de divulgação das novas aquisições apresentava as seguintes características:

- a) Apresentação das referências bibliográficas em ordem alfabética de título (periódicos); ou em ordem alfabética de autor ou assunto (livros) e número de chamada de itens processados no período de abrangência da lista;
- b) Divulgação na forma de publicação independente ou incluída como seção dentro do Boletim Bibliográfico da Biblioteca;
- c) Frequência mensal ou trimestral;
- d) Distribuição gratuita para os departamentos e/ou corpo docente da instituição e coordenação dos cursos de pós-graduação; e também para outras bibliotecas da área. (UNIVERSIDADE..., 1982).

A partir dessas orientações, a Biblioteca da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (Fabico), produzia e editava, trimestralmente, o informativo *Comunicação & Informação: boletim da Biblioteca da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação*, que foi o veículo de divulgação das novas aquisições até 1987. Após o encerramento da publicação,

em 1988, passou a adotar uma listagem impressa de referências, afixada em locais de circulação da Faculdade; sendo que os itens físicos permaneciam em exposição, em uma estante diferenciada, no salão de leitura da Biblioteca.

Esta modalidade de divulgação perdurou até 2010, quando um novo formato foi proposto e implantado. O formato anterior era de cunho meramente informativo/expositivo, já o novo formato tem forte apelo visual, visto que reproduz a imagem das capas dos livros que compõe a exposição. É um formato eletrônico e dinâmico, pois nas imagens das capas, são aplicados os *hiperlinks* permanentes¹¹⁹ que levam o usuário diretamente para o catálogo *on-line* das bibliotecas da UFRGS (SABi), agilizando a dinâmica de empréstimos e reservas, pois permite aos interessados a identificação dos itens que estão disponíveis ou não no acervo.

A implantação de um processo deste porte demandou mudanças e investimentos no Setor de Processamento Técnico, tanto nos aspectos operacionais quanto no que tange a recursos materiais e humanos. Graças à aplicação de conceitos de *marketing*, durante o planejamento do novo serviço, os esforços empregados obtiveram uma grande aceitação pela comunidade acadêmica e também pelo SBUFRGS, perceptível através dos elogios recebidos verbalmente, por *e-mail* e pelas redes sociais. Observou-se também que outras bibliotecas do Sistema adotaram e/ou adaptaram e implementaram este novo formato nas suas respectivas unidades.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão tecidas considerações sobre os principais conceitos que fundamentam nossa reflexão sobre a importância do planejamento de serviços de qualidade em bibliotecas universitárias e, em especial, o serviço de divulgação das novas aquisições da Biblioteca da Fabico.

A satisfação das necessidades de informação do usuário é um indicador intangível e depende da qualidade dos serviços oferecidos ao mesmo. Enquanto bens de consumo podem ser adquiridos através da compra, os serviços das bibliotecas são contratados de acordo com a experiência de vida e com a necessidade do público-alvo em certo momento (GIANESI; CORRÊA, 1996). Desta forma, a biblioteca deve atuar para preencher estas lacunas informacionais, promovendo o acesso à informação existente em seu acervo de maneira

¹¹⁹ Os links de pesquisas no SABi, gerados no momento da pesquisa do usuário, durando o tempo de sua sessão de busca. Esses “*links* permanentes”, não se limitam as sessões de cada usuário, possibilitando a visualização do registro bibliográfico sempre que utilizado.

eficaz. Murilo Bastos (2010) corrobora a ideia de que o acesso à informação deve ser o centro das discussões nas bibliotecas universitárias, afirmando que:

As bibliotecas universitárias são organizações complexas, com múltiplas funções e uma série de procedimentos, produtos e serviços que foram desenvolvidos ao longo de décadas. No entanto, o seu propósito fundamental permaneceu o mesmo, isto é: proporcionar acesso ao conhecimento. Esse acesso ao conhecimento é que irá permitir que o estudante, o professor e o pesquisador possam realizar suas aprendizagens ao longo da vida. (BASTOS, 2010)¹²⁰.

O setor responsável pelo planejamento de serviços a partir do perfil dos usuários é o Setor de Referência, que deve estar em consonância com as atividades realizadas no Setor de Processamento Técnico.

As operações de referência, segundo *A Reference and User Services Association* (RUSA), divisão da *American Library Association* (ALA), caracterizam-se por consultas de informação em que o bibliotecário recomenda, interpreta, avalia e/ou utiliza recursos informacionais para auxiliar o usuário a encontrar repostas para necessidades específicas de informação. A entidade também afirma que, atualmente, o serviço de referência abrange não só as operações de referência, como também incluem outras atividades que envolvam a criação, gestão e auxílio no uso de recursos de busca da informação, ferramentas e serviços (AMERICAN..., 2008, tradução nossa).

Não é raro, observar que, em muitas bibliotecas brasileiras, o setor de referência mescla-se aos setores de processamento técnico e/ou circulação. Assim, o polivalente bibliotecário responsável pelo processamento técnico não só assume a responsabilidade pela criação e gestão de produtos e serviços, a partir do fluxo de trabalho e conhecimento da clientela, como também realiza o atendimento de questões genuínas de referência que visam capacitar seus usuários no conhecimento das fontes de informação e na busca.

Todos os setores da biblioteca precisam se comunicar e trabalhar em conformidade com os anseios da comunidade acadêmica e da instituição como um todo. Rothstein afirma que:

o serviço de referência é a assistência pessoal e individual fornecida pelo bibliotecário aos clientes da biblioteca que buscam informação; também implica o reconhecimento definitivo desta área da biblioteca, das suas responsabilidades e organização para o oferecimento de cada serviço. Em suma, é a disposição em ajudar, o que é parte importante das obrigações do bibliotecário. (ROTHSTEIN, 1961, p.11, tradução nossa)

¹²⁰ Documento eletrônico

Neste sentido entendemos que a utilização dos diversos serviços e produtos desenvolvidos para potencializar o atendimento ao usuário no decorrer do serviço de referência, deve ser entendida também como uma forma de disseminar a informação contida no acervo.

Macedo (1990) define os serviços de disseminação da informação como ações para divulgar novidades da biblioteca e atualizar o usuário. Atualmente, muitos são os meios para promover o acesso à informação disponível no acervo (ou fora dele): exposições bibliográficas, divulgação da lista de novas aquisições, disseminação seletiva da informação; além destes, a informação pode ser divulgada por meio das redes sociais, jornais diários, rádio e outros.

A divulgação das novas aquisições é um serviço de disseminação da informação dirigido a toda a comunidade acadêmica e difere do serviço de disseminação seletiva da informação (DSI), que visa informar o usuário sobre a chegada de itens de seu interesse específico, recebidos pela biblioteca (MACEDO, 1990).

A DSI é um tipo de alerta mais específico e relacionado a perfis informacionais pré-determinados. Com o auxílio da tecnologia, este serviço, que era trabalhoso e elaborado manualmente pelo bibliotecário, transformou-se numa atividade rápida através da automação dos catálogos das bibliotecas. A comunidade da UFRGS pode obter a DSI atualmente através do SABi: o usuário cadastra o perfil no sistema, indicando suas preferências e sempre que um novo documento do interesse daquele perfil fica disponível no sistema, é enviado um alerta para o usuário através de *e-mail*.

Apesar do avanço das tecnologias de informação e comunicação, muitas bibliotecas ainda se limitam às tradicionais formas de divulgação do acervo através de listas de referências de cunho informativo, desprovidas de atrativos; exposição física dos novos títulos em uma estante de maior destaque no interior da biblioteca, não raro com restrições ao empréstimo, inviabilizando o rápido acesso à informação; ou ainda, divulgação sem tratamento da imagem das capas nos *sites* institucionais.

A divulgação das novas aquisições remete aos princípios fundadores da Biblioteconomia, segundo a assertiva Lei de Ranganathan (1931, p.2, tradução nossa) “[...] os livros existem para serem usados.”. Para que isso aconteça é essencial planejar serviços de divulgação informacional eficientes e aperfeiçoá-los, acompanhando as mudanças no perfil comportamental e informacional dos usuários de bibliotecas universitárias.

Em suma, as bibliotecas universitárias de instituições de ensino público oferecem à comunidade acadêmica vários produtos e serviços que necessitam de divulgação. Bibliotecários no afã de apresentar o produto ao cliente e de aproximar os usuários da biblioteca, apropriam-se de conceitos de *marketing* que já são utilizados no ramo empresarial, porém de uma forma menos agressiva.

A concepção de marketing é a do levantamento de informações que procuram esclarecer as regras e leis de mercado, apoiado no conhecimento das demandas, destinado a tornar-se um instrumento de apoio às decisões das organizações para que estas se adaptem às exigências do mercado.

Em unidades de informação, que são organizações que não visam ao lucro, pois seu objetivo é a satisfação das necessidades dos usuários, o marketing tem por objetivo a melhoria da qualidade dos produtos e serviços oferecidos. (COSSICH, 2014, p.32).

Segundo Kotler, Kartajaya e Setiawan (2010), o *marketing* é relação estratégica que a empresa mantém com o cliente. Segundo os autores, o *marketing* visa não só atrair novos clientes com a promessa de valor superior, como também manter e cativar os clientes atuais, propiciando-lhes satisfação.

De acordo com Lovelock e Wright (2001), serviços são ações que agregam valor e fornecem benefícios, propiciando mudanças desejadas pelas pessoas. Os clientes de um serviço adquirido absorvem seu valor sem, entretanto, adquirir a propriedade permanente de elementos tangíveis. Quando surge uma necessidade, o cliente é motivado a buscar ações para satisfazê-la. Assim, um serviço será avaliado como de qualidade superior quando superar as expectativas e atender as necessidades do cliente com eficácia. Ainda segundo os autores, clientes encantados e satisfeitos disseminam informações positivas e passam a agir como anúncios ambulantes, reduzindo o custo para captar novos clientes.

Estes autores identificaram na literatura, cinco dimensões analisadas pelo cliente ao perceber a qualidade do serviço:

- a) **Confiabilidade:** capacidade de executar o serviço de maneira confiável e precisa;
- b) **Sensibilidade:** capacidade de resposta e prestação do pronto-atendimento;
- c) **Segurança:** capacidade de agir com inteligência e cordialidade;
- d) **Empatia:** demonstração de interesse/cuidado no trato com o cliente;
- e) **Tangibilidade:** aspectos em relação ao visual (da empresa, do produto, das pessoas, etc). (LOVELOCK ; WRIGHT, 2001).

Com base nestas cinco características, pode-se inferir que a excelência dos serviços em bibliotecas deveria contemplar os seguintes aspectos:

- a) **Tangibilidade:** produzir/elaborar materiais visualmente atraentes;
- b) **Confiabilidade:** realizar o serviço sem erros, respeitar os prazos prometidos, solucionar prontamente os problemas do cliente;
- c) **Sensibilidade:** informar ao usuário quando exatamente o serviço será realizado (aplica-se aos treinamentos da biblioteca);
- d) **Segurança:** possuir conhecimento para responder as perguntas dos usuários;
- e) **Empatia:** Compreender as necessidades específicas dos usuários.

Apesar de a biblioteca ser vista como uma organização sem fins lucrativos, a preocupação com a melhoria na qualidade na prestação de serviços de informação e no atendimento ao usuário deve ser constante em seu planejamento estratégico.

Em razão das permanentes mudanças e inovações, gestores bibliotecários não podem deixar de prestar atenção aos avanços conceituais que permeiam as rotinas administrativas no sentido de se tornar cada vez mais atrativas e essenciais para seus usuários.

3 REPAGINANDO O SERVIÇO DE DIVULGAÇÃO

O serviço de divulgação de novas aquisições é uma importante ferramenta informacional. Na Biblioteca da Fabico, este serviço remonta a década de 1980 com a elaboração das publicações: *Sumários Correntes em Biblioteconomia*, *Sumário Correntes em Comunicação* e o *Comunicação & Informação*, que não se detinham apenas às novas aquisições, mas também informavam ao leitor notícias da área, eventos, levantamentos bibliográficos realizados no período, resenhas, entre outros.

Numa época de poucos recursos (suportes para disseminação da informação), o material impresso produzido e editado pela Biblioteca da Fabico (Imagem 1) era o mais eficiente para divulgar as novas aquisições, atualizar os usuários e ainda estimular a circulação dos itens na Biblioteca.

No final dos anos 1980, com o fim destas publicações, o serviço de divulgação assumiu uma roupagem mais simples, constituindo-se de uma lista impressa com as referências dos novos livros ou fascículos, diretamente ligada à exposição física das novas aquisições em uma estante reservada para este fim na Biblioteca. O leiaute da listagem pode ser conferido na imagem 2.

Imagem 1 – Capa do boletim *Comunicação & Informação* de 19/5/1987.



Imagem 2 – Exemplo do primeiro formato da divulgação das novas aquisições.

BIBLIOTECA FABICO
EXPOSIÇÃO DE LIVROS
 Expostos de 16/08 a 23/08/10, após esta data você encontrará estes títulos nas prateleiras para empréstimo regular.

AUTOR	TÍTULO	N.º DE CHAMADA	EX.
	Aquisições 1999-2002	069.13	1
	MARGO	A657	
	Economia da Arte e da Cultura	659.3	1
		E19.12	
	Hiper relações eletro digitais	7.036	1
		H667	
	Manual do Comunicador e da Comunicadora Local	F	1
		979	
ALMEIDA, Hamilton	Padre Landell de Moura	929	1
		M929.10ap	
BERGÉ, P.; POMEAU, Y.; DUBOIS-GANCE, M.	Dos Rítmicos ao Caos	124.1	1
		B495d-P	
BRAGA, J.; LOPES, M.; MARTINO, L. (orgs.)	Pesquisa empírica em comunicação	301.153.2.001.5	4
		P474.10	
EPSTEIN, Edward J.	O Grande Filme	791.43(73)	1
		E64b-P	
FREIRE, Elias; MOTTA, Sylvio.	Ética na Administração Pública	35(81)	1
		F866e 2.ed.	
MASCELLI, Joseph	Os Cinco Cs da Cinematografia	791.43.02	1
		M395f-P	
NALINI, José Renato	Ética Geral e Profissional	17	1
		N171e	
SOUZA, Jessé	Democracia Hoje	321.7	1
		D383	
TORRESINI, Elizabeth	Vonpar: A marca do desafio	659.126	1
		T693v	
VILLAS BÔAS, Rafael.	The Campus Experience	658.8	1
		V726c	

Fonte: dos autores.

Esse modelo de exposição das novas aquisições exigia diversas alterações nos *status*¹²¹ de processamento do item¹²² no catálogo *on-line*. Os itens saíam do Setor de Processamento Técnico com o *status* de “Item em Exposição” e eram acomodados numa estante de destaque no interior da Biblioteca, impedindo a circulação dos mesmos (empréstimos e reservas) por um período de no mínimo quinze dias. Findo o prazo da exposição física, os itens retornavam ao processamento técnico para alteração do *status* para “Processado”, ficando assim, disponíveis para a guarda na estante do acervo geral, para consulta e empréstimo.

Na imagem 3, pode-se observar a referida estante onde eram colocados os livros e fascículos em exposição no ambiente da Biblioteca:

¹²¹ *Status*: condição, situação de um determinado item do acervo em um determinado momento do processamento técnico (aquisição, catalogação, circulação). No Aleph 500 essa terminologia é utilizada para definir a política de circulação para o material bibliográfico na Biblioteca.

¹²² Item é um suporte único onde a informação é armazenada podendo ser livro, fascículo de periódico, CD-ROOM, DVD, tese, dissertação etc.

Imagem 3 - Modelo de exposição física dos livros, em 2008.



Fonte: do autor

Em 2009, estudou-se a necessidade de um modelo diferenciado de exposição, surgindo então a ideia da implementação de um novo formato de divulgação das novas aquisições. Entretanto, a implementação dessas mudanças, ocorreram somente a partir de 2010. O período de incubação foi necessário para realizar as alterações necessárias no fluxo do processamento técnico, incorporando essas novas etapas do serviço de divulgação das novas aquisições.

Esse novo formato deveria contemplar tanto a forma impressa, já conhecida pelos usuários, como um formato eletrônico que propiciasse a melhor difusão do material. Para isso, foi elaborado em dois tamanhos, A3 para livros e A4 para fascículos de periódicos, apresentando as reproduções das imagens as capas dos livros ou fascículos, bem como seu número de localização e quantidade de exemplares.

Em 2016 ocorreu uma descontinuidade na exposição de periódicos, isto em decorrência da gradual migração das publicações para o meio digital, o que ocasionou uma

acentuada diminuição no fluxo de recebimento de fascículos impressos, inviabilizando o serviço de divulgação de periódicos recebidos pela Biblioteca.

No formato eletrônico, para cada livro foi associado um *link* para o respectivo registro bibliográfico no catálogo *on-line* SAbi, a fim de agilizar a busca pelos usuários. A versão eletrônica, em formatos PDF e JPG, destinam-se à publicação no *site* da Biblioteca da Fabico, envio por *e-mail* aos professores e técnicos-administrativos da Unidade e às bibliotecas do SBUFRGS, bem como, para a divulgação nas redes sociais.

Esse novo formato pode ser conferido na Imagem 4:

Imagem 4 – Modelo do novo formato da divulgação das novas aquisições de livros.



Novas aquisições - Livros

26/out./2017

©BIBFBC09/2010

Fonte: Biblioteca da Fabico.

Em 2016 ocorreu uma descontinuidade na exposição de periódicos, isto em decorrência da gradual migração das publicações para o meio digital, o que ocasionou uma acentuada diminuição no fluxo de recebimento de fascículos impressos, inviabilizando o serviço de divulgação de periódicos recebidos pela Biblioteca.

Com o intuito de manter a uniformidade na apresentação deste serviço, o modelo é elaborado em uma “matriz” em *Word* (formato “.doc” na versão 97-2003) com um “gabarito” a ser preservado, isto é, o número máximo de 15 (quinze) livros por divulgação, a localização da identidade visual da Biblioteca, o espaçamento entre as imagens, o tamanho de cada imagem, etc.

Em casos excepcionais são elaboradas listas temáticas com o objetivo de divulgar itens de uma área específica, aquisição via projetos, doações vultosas, entre outros, agregando versatilidade ao serviço e mantendo a atenção dos usuários nas atividades da Biblioteca. Em resumo, o serviço é realizado seguindo as seguintes etapas:

- a) Seleção dos livros para integrar a exposição;
- b) Digitalização das capas;
- c) Montagem da lista na “matriz” em formato *Word* (.doc);
- d) Impressão de cinco cópias em formato A3;
- e) Fixação em *displays* nos elevadores e murais da Fabico;
- f) Criação das versões eletrônicas em PDF (protegido para evitar edições) e JPEG.

Recentemente, o serviço sofreu alterações devido à adoção de uma nova identidade visual para a Biblioteca. O cabeçalho padrão do *site* da Fabico cedeu lugar à logomarca da Biblioteca, o que contribuiu para passar aos usuários um novo conceito sobre a Biblioteca e seus serviços, colaborando também com a diferenciação da exposição de outros cartazes afixados pelos espaços da Faculdade.

Os objetivos deste serviço continuam sendo o *marketing* do acervo e o estímulo a circulação dos itens recém incorporados ao acervo da Biblioteca. Em relação à nova roupagem do serviço, ao divulgar somente as capas dos livros através dos cartazes afixados nas dependências da Faculdade, ou por correio eletrônico ou ainda no *site* da Biblioteca, o item físico cede lugar ao item virtual, ampliando a divulgação, uma vez que o material é difundido nas redes sociais e os itens se tornam mais conhecidos e cobiçados pelo público, agilizando o empréstimo. Vale ressaltar que o formato atual não contempla documentos como

teses, dissertações e anais de eventos, documentos já disponibilizados respectivamente no Repositório Digital da UFRGS (Lume) e *internet*.

Na Biblioteca da Fabico, a frequência da divulgação das novas aquisições depende do fluxo de inclusão de novos itens no acervo, mas geralmente apresenta-se semanalmente. Todo este processo acontece sob a responsabilidade e supervisão de um bibliotecário do processamento técnico, visto que integra as rotinas deste setor, e a preparação propriamente dita, é delegada a um bolsista, geralmente estudante do Curso de Biblioteconomia.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este relato de experiência revela que é possível encontrar soluções criativas e de fácil execução para o aprimoramento de um serviço em um contexto de recursos escassos. Obteve-se com este novo processo de produção e formato de exposição das novas aquisições, uma substancial melhoria na prestação do serviço de divulgação das novas aquisições, pois permitiu:

- a) maior número de itens divulgados;
- b) maior alcance da divulgação impressa (*displays* em locais do prédio);
- c) a divulgação nas redes sociais (2.500 usuários), e *e-mails* de docentes;
- d) maior periodicidade;
- e) melhor agilidade para o usuário poder retirar por empréstimo ou reservar o item em menor tempo;
- f) grande aceitação da comunidade pelo novo modelo, avanços que seriam inviáveis no formato anterior.

Outros impactos positivos em relação a essa ferramenta puderam ser observados desde sua implantação. Ato contínuo a implementação do serviço, a Biblioteca recebeu retorno positivo de professores e colegas do SBUFRGS, no intuito de parabenizar o novo formato da ferramenta de divulgação das novas aquisições.

Ao longo deste período, desde a implantação desse novo formato, várias outras Bibliotecas do SBUFRGS, solicitaram, tanto o “*link* permanente” para o SABi com os procedimentos básicos para implementarem esse tipo de divulgação em suas Unidades. Também ficou visível o aumento do número de usuários abrangidos pela divulgação, visto que além das redes sociais, que atinge cerca de 2 mil e quinhentos usuários, é enviada por *e-mail* para os 81 professores da Faculdade.

Percebeu-se também um aumento não só na motivação por parte dos integrantes da equipe diante do novo desafio, como também na confiança e empatia do usuário pela

Biblioteca. O êxito deste formato de divulgação das novas aquisições, via *web*, é tão contundente que possibilita, num futuro próximo, tornar-se apenas virtual, por ser mais ecológico e mais econômico, pois evita o consumo de papel e tinta.

Como todo serviço oferecido em unidades de informação, este formato de divulgação das novas aquisições da Biblioteca também está em constante avaliação, buscando aprimorar o processo de elaboração e, conseqüentemente melhorar o fluxo da comunicação entre a Biblioteca e seus usuários.

REFERÊNCIAS

BASTOS, Murilo. A biblioteca universitária na encruzilhada. **DataGramZero**: Revista de Ciência da Informação, [s.l.], v. 11, n. 6, dez. 2010. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/dez10/Art_07.htm>.

COSSICH, Marília. O papel da qualidade e do marketing no serviço de referência. **Biblos**, Rio Grande, v. 28, n. 2, p. 27-36, ago. 2015. Disponível em: <<https://www.seer.furg.br/biblos/article/view/4248/3306>>. Acesso em: 31 out 2017.

GIANESI, Irineu G. N. ; CORREA, Henrique Luiz. **Administração estratégica de serviços**: operações para a satisfação do cliente. São Paulo : Atlas, 1996.

GROGAN, Denis. **A prática do serviço de referência**. Brasília: Briquet de Lemos, 2001.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2010.

LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços**: marketing e gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.

MACEDO, Neusa Dias de. Princípios e reflexões sobre o serviço de referência e informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 23, n. 1/4, p. 9-37, jan./dez. 1990.

RANGANATHAN, S. R. **The Five Laws of Library Science**. Madras: Madras Library Association, 1931. p. 2. Disponível em: <<http://arizona.openrepository.com/arizona/handle/10150/105454>>. Acesso em: 10 set. 2016.

A REFERENCE AND USER SERVICES ASSOCIATION. **New definition of reference**. Chicago: American Library Association, 2008. Disponível em: <<http://www.ala.org/rusa/resources/guidelines/definitionsreference>>. Acesso em: 15 jan. 2017.

ROTHSTEIN, Samuel. Reference service: the new dimension in librarianship. **College & Research Libraries**, Chicago, Ill., v. 22, n. 1, p. 11-18, Jan. 1961.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. BIBLIOTECA CENTRAL.
GRUPO DE TRABALHO EM SERVIÇO DE REFERÊNCIA. **Disseminação da
informação.** Porto Alegre: UFRGS, 1982. (Padrões para os Serviços Bibliotecários na
UFRGS, 3).